

## КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА КАК ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ АЛЬТЕРНАТИВА ЛИФЛЕТИНГА

Голик В.С., Миско А.О., Яковицкая А.С.

кандидат экономических наук, доцент

Беларуси, г. Минск

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11003885>

**Аннотация.** Актуальность исследования заключается в растущей осознанности общества относительно экологических проблем и необходимости перехода к более устойчивым способам рекламы. Цель исследования – оценить эффективность контекстной рекламы как экологической альтернативы листовкам и флаерам. Новизна работы заключается в подходе к рекламе с учетом ее воздействия на окружающую среду. Результаты исследования могут показать, что контекстная реклама не только эффективна в продвижении товаров и услуг, но также способствует снижению использования бумажных материалов и уменьшению экологического следа компаний.

**Ключевые слова:** лифлетинг, контекстная реклама, продвижение товара, экология, рекламные стратегии.

## KONTEKSTAL REKLAMA LIFLETINGGA EKOLOGIK ALTERNATIV OLARAK

Golik V.S., Misko A.O., Yakovitskaya A.S.

**Annotatsiya.** Tadqiqotning dolzarbligi jamiyatning ekologik muammolar to'g'risida xabardorligi va reklamaning yanada barqaror usullariga o'tish zarurati bilan bog'liq. Tadqiqotning maqsadi varaqalar va flayerlarga ekologik muqobil sifatida kontekstli reklama samaradorligini baholashdir. Ishning yangiligi reklamaga uning atrof-muhitga ta'sirini hisobga olgan holda yondashishdadir. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, kontekstli reklama nafaqat mahsulot va xizmatlarni ilgari surishda samarali, balki qog'oz materiallardan foydalanishni kamaytirishga va kompaniyalarning atrof-muhitga ta'sirini kamaytirishga yordam beradi.

**Kalit so'zlar:** varaqalar, kontekstli reklama, mahsulotni ilgari surish, ekologiya, reklama strategiyalari.

## CONTEXTUAL ADVERTISING AS AN ECOLOGICAL ALTERNATIVE TO LIFLETING

Golik V.S., Misko A.O., Yakovitskaya A.S.

**Abstract.** the relevance of the research lies in the growing awareness of society regarding environmental problems and the need to move to more sustainable ways of advertising. The purpose of the study is to evaluate the effectiveness of contextual advertising as an ecological alternative to flyers and flyers. The novelty of the work lies in the approach to advertising, taking into account its impact on the environment. The results of the study can show that contextual advertising is not only effective in promoting goods and services, but also helps to reduce the use of paper materials and reduce the environmental footprint of companies.

**Keywords:** lifletting, contextual advertising, product promotion, ecology, advertising strategies.

Ежедневно тысячи промоутеров выходят раздавать рекламные флаеры с информацией о бренде, продукте или услуге. И каждый человек, наблюдал, как эти флаеры безжалостно выбрасываются получателями в мусорную корзину.

В условиях растущего внимания общества к экологическим проблемам использование лифлетинга для продвижения бренда может вызвать его негативное восприятие той части целевой аудитории, которая смотрит в сторону экологии и сохранения среды. Такая аудитория год от года только растет. В результате чего, компании все чаще сталкиваются с необходимостью пересмотра своих рекламных стратегий и выбора более экологически безопасных методов продвижения товаров и услуг.

Цель исследования – проанализировать возможность и эффективность замены лифлетинга контекстной рекламой, подготовить рекомендации компаниям для эффективного использования контекстной рекламы.

Задачи:

- 1) Изучить теоретические аспекты темы исследования;
- 2) Провести анализ преимуществ и недостатков контекстной рекламы и лифлетинга;
- 3) Провести исследование аудитории для определения насколько возможной и эффективной будет замена лифлетинга контекстной рекламой;
- 4) Разработать рекомендации для компаний по использованию контекстной рекламы в качестве экологически более устойчивого решения.

Предметом исследования является контекстная реклама как экологически более ответственная альтернатива лифлетингу.

Объект исследования: белорусские и зарубежные компании и бренды.

Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, который отображается на веб-страницах и в поисковых системах в зависимости от контента страницы или запросов пользователей.

Лифлетинг – это распространение из рук в руки лифлетов (листочков) с рекламным обращением в местах скопления целевой аудитории.

Контекстная реклама и лифлетинг – два популярных способа продвижения товаров и услуг. Оба метода имеют свои преимущества и недостатки. Изучив особенности контекстной рекламы и лифлетинга, были выделены следующие преимущества и недостатки:

По результатам опроса было выявлено, что 64,7% из числа опрошиваемых, достаточно часто сталкиваются с лифлетингом (9,8% ежедневно, 54,9% несколько раз в неделю), 32,9% - редко сталкиваются с таким способом рекламы и лишь 2 респондента - никогда. Что говорит о том, что лифлетинг является достаточно распространенным и часто используемым способом рекламы, что может привести к увеличению количества отходов и загрязнению окружающей среды.

Опрос показал, что контекстная реклама также является достаточно распространенной. На вопрос «Встречались ли вам такая реклама?» с изображением рекламы по поисковому запросу 78% опрошиваемых ответили «да», 11% - «нет», а 11% не обращали внимание.

Таким образом, результаты опроса свидетельствуют о том, что контекстная реклама и лифлетинг имеет схожий охват аудитории, соответственно контекстная реклама может быть альтернативой лифлетинга.

**Таблица 1. Преимущества и недостатки контекстной рекламы и лифлетинга**

Способ продвижения	Преимущества	Недостатки
Контекстная реклама	1. Многообразие форматов и способов взаимодействия с аудиторией. 2. Точечная настройка аудитории. 3. Экологическая безопасность. 4. Возможность оценить эффективность рекламной кампании.	1. Высокая конкуренция в некоторых тематиках. 2. Сложная настройка и необходимость регулярного ведения рекламных кампаний. 3. Возможность блокировки рекламы.
Лифлетинг	1. Доступность. 2. Возможность прямого воздействия на потенциального клиента. 3. Отсутствие конкуренции на одном листке.	1. Экологический вред. 2. Низкая точность таргетирования целевой аудитории. 3. Невозможность измерения результатов.

Для определения эффективности замены лифлетинга контекстной рекламой был проведен опрос респондентов, который проводился в период с 29 ноября по 04 декабря 2023 года, объем выборки – 82 респондента.

Однако, для определения эффективности такой замены, одного опроса недостаточно. Именно поэтому в рамках нашего исследования было наглядно продемонстрировано как можно заменить листовку контекстной рекламой, а также был произведен подсчет расходов на оба вида рекламы.

За основу была взята листовка с предложением работы от Арт территории с Ярмарки вакансий 2023, проходившей на базе Белорусского государственного экономического университета (см. рис. 1).



Рисунок 1 – Односторонняя листовка Арт Территории с предложением работы

Согласно ей были созданы рекламные объявления в поисковой системе Google, таких типов кампаний, как: поиск, контекстно-медийная сеть (см. рис. 2, 3).

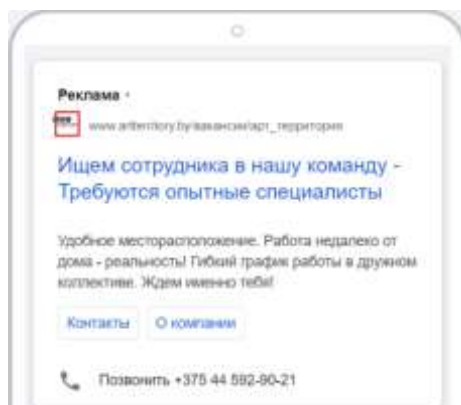


Рисунок 2 – Рекламное объявление в поисковой сети

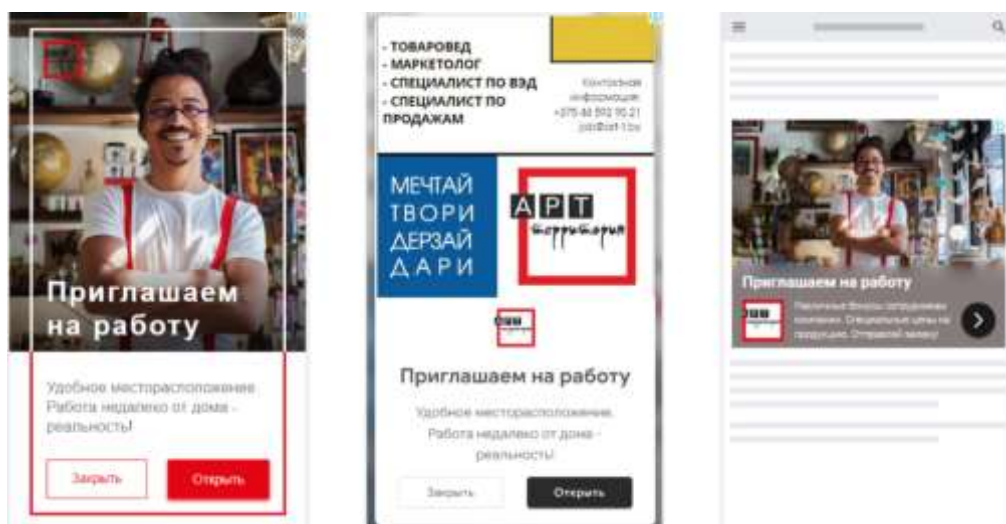


Рисунок 3 – Рекламное объявление в контекстно-медийной сети

В контекстной рекламе удалось подчеркнуть и передать преимущества работы в Арт территории, что в дальнейшем позволит привлечь больше конверсий (отправка формы на сайте).

При оценке эффективности замены лифлетинга контекстной рекламой важно учитывать величину расходов на оба способа рекламы. Для того, чтобы определить, насколько дороже или дешевле может обойтись контекстная реклама в отличие от листовок, был проведен анализ печатных центров Карандаш, AirPrint.by, Донарит.

В печатном центре Карандаш можно распечатать листовки на экологическом материале. Печать 1000 таких листовок стоит 386 белорусских рублей.

В печатном центре AirPrint.by печать 1000 листовок на обычной бумаге обойдется в 128,80 белорусских рублей.

В Донарит – 1000 листовок стоит 159,90 белорусских рублей.

Для подсчета расходов на контекстную рекламу за основу была взята реклама в поисковой сети. В Google Ads в «Планировщике ключевых слов» были подобраны ключевые слова для рекламной кампании, которые были добавлены для создания плана, на

основе которых Google составил прогноз. По результатам данного прогноза, рекламу увидят 1 600 человек, из которых 176 человек кликнет по объявлению, а 85 человек совершат конверсию (отправка формы). Затраты составят 37\$ = 121 бел. руб.

В результате, в рамках данного примера, контекстная реклама будет выгоднее лифлетинга, при этом она оставит меньший экологический след.

Таким образом, данные, полученные в результате проведенного исследования, указывают на то, что замена лифлетинга контекстной рекламой может быть эффективной стратегией для привлечения внимания аудитории.

На основе проведенного анализа и исследования аудитории, предложены следующие рекомендации для компаний:

1. Следует перенаправить бюджет, затрачиваемый на лифлетинг, на контекстную рекламу – это позволит достичь целевой аудитории, повысить эффективность рекламной кампании и стать более эко-ориентированной компанией.

2. Важно уделить особое внимание качеству контекстной рекламы для увеличения вовлеченности пользователей.

3. Не менее важно следить и анализировать результаты рекламной кампании в рекламных системах Яндекс.Директ и Google Ads, в дальнейшем полученные данные стоит использовать для оптимизации рекламных стратегий и улучшения вовлеченности пользователей.

Таким образом, контекстная реклама имеет меньший экологический след и может быть экологически чистой альтернативой лифлетингу, предлагая компаниям эффективный способ продвижения своих товаров и услуг, не нанося вред окружающей среде.

#### Список использованных источников

1. Контекстная реклама [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/chto-takoe-kontekstnaya-reklama/>. – Дата доступа: 29.11.2023.
2. Рекламные листовки: преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ack1.ru/zametki/reklamnye-listovki-preimushhestva-i-nedostatki.html>. – Дата доступа: 29.11.2023.
3. Google Ads [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ads.google.com/intl/ru\\_by/home/](https://ads.google.com/intl/ru_by/home/). – Дата доступа: 30.11.2023.
4. Печать листовок в печатном центре Карандаш [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.karandash.by/ru/polygraphy/listovki>. – Дата доступа: 29.11.2023.
5. Печать листовок в печатном центре Airprint.by [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://airprint.by/prints/pechat-listovok-flaerov-reklamnyh>. – Дата доступа: 29.11.2023.
6. Печать листовок в печатном центре Донарит [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.donarit.com/produkcija/pechat-listovok-i-flaerov/>. – Дата доступа: 29.11.2023.